



Informationskompetenz: Marketing

AG IK Schweiz
Zürich, 16.1.2008

Oliver Kohl-Frey
Bibliothek der Universität Konstanz



Marketing?

„(...) bezeichnet die Ausrichtung eines Unternehmens auf seine **Marktsituation**. Marketing bedeutet für Unternehmen, Non-Profit-Organisationen und Personen alle Versuche, die **Bedürfnisse** potenzieller Kunden sowie anderer Gruppen in die unternehmerischen **Entscheidungen** einzubeziehen, um dadurch die gesetzten **Ziele** besser zu erreichen. (...) Im Marketing-Mix werden die einzelnen Vorgaben in konkrete **Aktionen** umgesetzt. Je nach Sichtweise und Breite der Definition sind die Begriffe Kommunikation und PR oft synonym zu Marketing. (...)“

Quelle: <http://de.wikipedia.org/wiki/Marketing> (2.1.08)



Einzelne Aspekte

1. Marktsituation ✕
2. Bedürfnisse ✕
3. Entscheidungen
4. Ziele
5. Aktionen ✕
6. ...

Marktsituation

Informationsmarkt:

- Medien: Menge und Verschiedenheit
- Verändertes Medienverhalten: Google-isierung
- Bibliothek als Ort? Digitale Bibliothek?

Bibliotheken und ihr Umfeld:

- Etatsituation, Stellensituation
- Feste Strukturen, Rollenverständnis
- Notwendigkeit von Bibliotheken?



Bedürfnisse einzelner Zielgruppen

Unterschiedliche **Zielgruppen**

1. Studierende ✕
2. Wissenschaftler/innen ✕
3. Externe Benutzer/innen
4. Übergeordnete Stelle:
Hochschulverwaltung-/leitung, Kanton, etc. ✕
5. Bibliotheksleitung, Bibliotheksmitarbeiter/innen ✕
6. Bibliothekarische Fachwelt
7. ...



Bedürfnisse?

Kenntnis der Bedürfnisse?

- Literatur
- Eigene empirische Studien
- ...

Weckung von Bedürfnissen?

- ...



Studierende

Bedürfnisse:

- IK auf verschiedenen Niveaus
- Didaktische Aufbereitung
- Nachweis

Bedenken und Probleme:

- Kenntnis der Veranstaltungen
- Kosten-Nutzen

Maßnahmen:

- *Kommunikation:*
Blog, Mail, Newsletter, Vorlesungsverzeichnis, Veranstaltungen
- *Lehre:*
 - Verschiedene Niveaus (BA, MA, Doktoranden)
 - Stufenweises Lehrangebot (frei, integrativ, verpflichtend)
 - Scheine, Credits



Wissenschaftler

Bedürfnisse:

- Hohes Niveau
- IK ad hoc

Bedenken und Probleme:

- Kenntnis des Angebots
- Kompetenz der Bibliothekare
- Keine Kurse
- Kosten-Nutzen

Maßnahmen:

- *Kommunikation*: Wie Studierende, plus: persönliche Kontakte
- *Lehre*: Persönliche Beratung



Hochschulverwaltung (de-/zentral)

Bedürfnisse:

- Breites Lehrangebot ohne zusätzlichen Aufwand
- Qualität der Lehre
- Stelleneinsparungen (zentral)

Bedenken und Probleme:

- Bedarf an Lehre in IK
- Lehrkompetenz von Bibliothekaren

Maßnahmen:

- Stufenweises Lehrangebot
- Standards
- Best-practice
- IK-Strategie der Hochschule
- IK in Stellenbe-/ausschreibungen (zentral)



Bibliotheksleitung/-personal 1

Bedürfnisse:

- Außendarstellung
- Beharrung
- Entwicklung

Bedenken und Probleme:

- IK als Bibliotheksaufgabe
- Inhaltliche Kompetenz
- Didaktische Kompetenz
- Ressourcenplanung, Zeitbudget
- ...



Bibliotheksleitung/-personal 2

Maßnahmen:

- Best-practice
- Institutionalisierung
- Inhaltliche Fortbildungen
- Didaktische Fortbildungen
- Entlastung
- Kooperation und Austausch
- Institutionell: Zieldiskussion
- Individuell: IK in Stellenbe-/ausschreibungen (zentral)
- ...



Maßnahmen: Universität Konstanz 1

Bibliothek:

- Didaktische Fortbildungen (3 Tage seit 2003, 4. in 2008)
- Entlastung (in der Lehre durch Diplomkräfte, im Fachreferat durch Diplomkräfte und Hilfskräfte)
- Kooperation: Lehrmaterialien (Projekt IK 1)
- Austausch: Praxisaustausch (5-6 pro Jahr)
- IK in Stellenausschreibungen
- Umfängliche Strategiediskussion

Maßnahmen: Universität Konstanz 2

Hochschule:

- Keine IK-Strategie (bottom-up statt top-down)
- Kein Arbeiten mit Standards
- 2 Projekte zur IK (Drittmitteleinwerbung)
- IK in Stellenausschreibungen

- Offensive Beharrlichkeit
- Stufenweises Lehrangebot
 - mit und ohne curriculare Integration
 - auf verschiedenen Niveaus



Maßnahmen: Universität Konstanz 3

Lehr- und Beratungsangebot:

- Nutzung vieler Kommunikationskanäle
- Stufenweises Lehrangebot in zahlreichen Fächern, bevorzugt curricular integriert
- Ausbau des eLearning-Angebots
- Zahlreiche freie Angebote für Fortgeschrittene, möglichst institutionell angebunden
- Ausbau des Beratungsangebots für Wissenschaftler

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

